Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Série santé et mieux-être

Biscuits, collations et barres-collations santé au Royaume-Uni

Mars 2017

SOMMAIRE

- Les collations, les barres-collations et les biscuits santé sont des éléments essentiels du régime britannique. En 2015, le Royaume-Uni représentait le plus important marché sur le plan des ventes au détail pour ces trois secteurs.
- Les collations, les barres-collations et les biscuits de santé et de mieux-être démontrent tous un degré élevé d'innovation au Royaume-Uni. En 2015, le nombre de collations santé ciblées par Mintel a grandement augmenté et 2016 devrait voir arriver sur le marché autant de nouveaux produits.
- Les collations, les barres-collations et les biscuits de santé et de mieux-être présentent différents degrés de concentration des marques. Les barres-collations englobent quelques marques importantes et internationales détenant de grandes parts du marché, alors que les biscuits comprennent deux solides marques et un certain nombre de petits acteurs. Les collations sont dominées par des marques maison, bien que quelques marques mondiales possèdent des parts de marché importantes.
- Le Royaume-Uni et le Canada profitent d'accords commerciaux préférentiels grâce à la présence du Royaume-Uni au sein de l'Union européenne, y compris le futur Accord économique et commercial global (AECG). Même si le vote lors du récent référendum en faveur du départ de l'Union européenne rend incertain l'avenir de ces accords commerciaux, rien n'indique pour le moment que l'AECG ne se concrétisera pas.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Présentation 2
Perspectives de croissance 2
Analyse sous-sectorielle 3
Analyse des nouveaux produits 7
Exemples de nouveaux produits, 2016 9
Conclusion 12
Pour de plus amples renseignements 12
Ressources 12

RAPPORTS CONNEXES

- Tendances de consommation – Les barres-collations au Royaume-Uni
- Profil des consommateurs – Royaume-Uni
- Tendances de consommation – Collations sucrées et salées en France
- Tendances du marché des aliments de santé et de mieux-être au Royaume-Uni

PRÉSENTATION

Les collations, les biscuits et les barres-collations de santé et de mieux-être sont populaires au Royaume-Uni, principalement parce que les consommateurs britanniques apprécient les aliments santé et pratiques (Euromonitor International, 2015). Plus particulièrement, les barres pour petit déjeuner, comme les biscuits protéinés (ou flapjacks, une spécialité britannique), occupent une grande part du régime national britannique. Les barres pour petit déjeuner enrichies et fonctionnelles ainsi que les barres énergétiques permettent aux consommateurs d'obtenir des nutriments essentiels sur le pouce, tandis que les barres aux fruits et les barres de céréales naturellement saines leur permettent de transporter facilement des fruits et des céréales dans leur boîte à lunch. Le grignotage est particulièrement important pour les Britanniques. Le Royaume-Uni était responsable de 34 % des ventes de barres-collations de santé et de mieux-être (SME), de 30 % des ventes de biscuits de SME et de 23 % des ventes de grignotines sucrées et salées de SME dans l'ensemble de l'Union européenne (Euromonitor International, 2016). Dans tous ces secteurs, le Royaume-Uni est le plus important marché.

La catégorie des barres-collations est confrontée à la concurrence des biscuits, qui contiennent généralement plus de calories, de gras ou de sucre. Même si les biscuits sont habituellement considérés comme étant moins sains que les barres-collations, le secteur de marché des biscuits de SME est plus de 50 % plus important que celui des barres-collations de SME. Ces chiffres laissent entendre que lorsque les Britanniques choisissent de se gâter, ils sont nombreux à continuer de se soucier des questions de santé. Les biscuits à teneur réduite en gras composaient près de la moitié de la catégorie des biscuits de santé et de mieux-être en 2015, et la catégorie des biscuits enrichis et fonctionnels a augmenté plus rapidement que tout autre sous-secteur des biscuits SME entre 2011 et 2015.

Au R.-U., les collations santé comprennent les noix, les fruits secs, les croustilles, les grignotines sucrées et bien d'autres aliments. La grande majorité des noix et des fruits secs peuvent être considérés comme des aliments de santé et de mieux-être, puisque par définition, ils sont naturellement sains ou biologiques (Euromonitor International, 2014). Les collations à teneur réduite en gras dominent les autres grignotines sucrées et salées, représentant 98 % du sous-secteur. Les collations à teneur réduite en sel constituent le reste du sous-secteur et on prévoit que leur pourcentage va diminuer.

De 2010 à 2015, les collations, les biscuits et les barres-collations de santé et de mieux-être ont augmenté à un rythme impressionnant par rapport à l'ensemble du secteur des aliments emballés. On prévoit que la croissance se poursuivra pour les trois secteurs jusqu'en 2020, mais elle devrait ralentir.

Au Royaume-Uni, les collations, les biscuits et les barres-collations contiennent souvent des ingrédients canadiens ou des ingrédients que les producteurs canadiens pourraient facilement fournir, comme les légumineuses et le sirop d'érable. Plusieurs de ces produits ont été mis en évidence.

Il est intéressant de noter que les entreprises canadiennes jouissent d'un accès privilégié aux marchés de l'Union européenne, comme le R.-U. Par exemple, la certification biologique du Canada est reconnue au R.-U. en raison d'un accord d'équivalence signé en 2011 et élargi en 2016. En outre, la ratification prévue de l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne permettra d'éliminer ou de réduire la plupart des tarifs restants sur les produits canadiens entrant sur le marché de l'UE. Toutefois, comme le Royaume-Uni a choisi de quitter l'Union européenne le 23 juin 2016, l'avenir de l'AECG et sa pertinence pour le R.-U. demeurent incertains. Néanmoins, le gouvernement du Royaume-Uni a exprimé son soutien à l'AECG, même à la suite du Brexit (The Canadian Press, 2016).

PERSPECTIVES DE CROISSANCE

Les collations de santé et de mieux-être comportent deux secteurs définis par Euromonitor International (2016) : les grignotines sucrées et salées et les biscuits et les barres-collations. En 2016, ces secteurs représentaient, respectivement, les quatrième et sixième secteurs en importance parmi les aliments

emballés de santé et de mieux-être au niveau des ventes au détail. Les deux secteurs, ainsi que leurs sous-secteurs connexes, ont connu une augmentation plus rapide que l'ensemble des aliments emballés.

Jusqu'en 2020, la croissance des collations, des biscuits et des barres-collations devrait ralentir. Par exemple, on prévoit que la croissance des barres-collations de SME atteindra 2,36 %, mesurée en fonction de son taux de croissance annuel composé (TCAC), entre 2016 et 2020, comparativement à 2,54 % pour les aliments emballés en général. Les collations aux fruits devraient augmenter pour atteindre un TCAC de 4,15 %, soit la plus importante croissance parmi les sous-catégories.

Valeur historique des ventes au détail d'aliments emballés de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%)* 2010-2015
Aliments emballés de SME	**16 830,9**	**17 302,9**	**17 996,3**	**18 565,7**	**18 835,1**	**19 135,8**	**2,60 %**
Grignotines sucrées et salées de SME	1 102,6	1 139,1	1 230,4	1 327,4	1 337,3	1 380,1	4,59 %
Collations aux fruits de SME	316,1	327,2	339,7	359,1	377,3	389,5	4,26 %
Noix de SME	533,3	561,6	591,6	624,6	667,3	696,5	5,48 %
Collations sucrées et salées de SME excl. les noix et les collations aux fruits	253,2	250,3	299,0	343,7	292,6	294,1	3,04 %
Biscuits et barres-collations de SME	719,2	780,3	870,6	951,7	1 012,0	1 057,6	8,02 %
Biscuits de SME	429,3	464,0	520,8	584,3	621,8	651,5	8,70 %
Barres-collations de SME	289,9	316,3	349,8	367,4	390,3	406,0	6,97 %

Valeur prévue des ventes au détail d'aliments emballés de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2016^{E}	2017^{P}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	TCAC (%)* 2016-2020
Aliments emballés de SME	***19 612,7***	***20 113,2***	***20 636,7***	***21 164,7***	***21 685,1***	**2,54 %**
Grignotines sucrées et salées de SME	*1 442,8*	*1 502,7*	*1 562,4*	*1 619,7*	*1 678,0*	3,85 %
Collations aux fruits de SME	*405,9*	*423,2*	*441,1*	*459,4*	*477,5*	4,15 %
Noix de SME	*734,6*	*767,2*	*797,6*	*823,7*	*847,9*	3,65 %
Collations sucrées et salées de SME excl. les noix et les collations aux fruits	*302,3*	*312,3*	*323,7*	*336,6*	*352,7*	3,93 %
Biscuits et barres-collations de SME	*1 101,0*	*1 140,2*	*1 176,8*	*1 208,0*	*1 237,2*	2,96 %
Biscuits de SME	*686,1*	*716,6*	*744,6*	*766,7*	*781,7*	3,31 %
Barres-collations de SME	*414,9*	*423,6*	*432,2*	*441,3*	*455,5*	2,36 %

Source pour les deux : *Euromonitor International, 2016 TCAC=taux de croissance annuel composé E=estimation P=prévision*

ANALYSE SOUS-SECTORIELLE

Barres-collations de santé et de mieux-être

Les ventes de barres-collations de santé et de mieux-être augmentent dans l'ensemble, mais l'analyse sous-sectorielle indique que les perspectives pour les différents sous-secteurs de cette catégorie sont radicalement différentes. Les barres énergétiques et nutritionnelles enrichies et fonctionnelles (EF) ainsi que les barres aux fruits naturellement saines (NS) ont fortement augmenté à partir de niveaux de base modestes. Parallèlement, les barres de céréales naturellement saines ont augmenté à un taux de croissance annuel composé (TCAC) constant de 5 % pour devenir le plus important sous-secteur des barres-collations de SME. Les barres pour petit déjeuner enrichies et fonctionnelles, le plus important

sous-secteur en 2010, ont augmenté pendant 2 ans, mais ont beaucoup diminué depuis, leur TCAC pendant la période à l'étude s'établissant à -1,58 %. Elles sont donc passées au second rang.

Valeur historique des ventes au détail de barres-collations de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%)* 2010-2015
Barres-collations de SME	**289,9**	**316,3**	**349,8**	**367,4**	**390,3**	**406,0**	**6,97 %**
Barres pour petit déjeuner EF	120,1	121,6	124,0	119,0	114,7	110,9	-1,58 %
Barres énergétiques et nutritionnelles EF	18,6	22,5	28,1	35,2	43,5	50,2	21,97 %
Barres aux fruits NS	26,1	28,6	36,5	50,4	71,1	86,8	27,17 %
Barres aux fruits biologiques	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,00 %
Barres de céréales NS	116,1	135,3	152,9	154,1	151,5	148,3	5,02 %
Barres de céréales biologiques	6,6	6,2	6,1	6,6	7,2	7,6	2,86 %
Autres barres-collations biologiques	1,6	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5	-1,28 %

Valeur prévue des ventes au détail de barres-collations de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2016[E]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2020[P]	TCAC (%)* 2016-2020
Barres-collations de SME	***414,9***	***423,6***	***432,2***	***441,3***	***455,5***	**2,36 %**
Barres pour petit déjeuner EF	*108,9*	*107,5*	*106,4*	*105,6*	*105,1*	-0,88 %
Barres énergétiques et nutritionnelles EF	*57,9*	*64,5*	*70,7*	*77,9*	*85,8*	10,33 %
Barres aux fruits NS	*91,3*	*94,8*	*96,6*	*97,0*	*97,6*	1,68 %
Barres aux fruits biologiques	*0,8*	*0,8*	*0,8*	*0,9*	*0,9*	2,99 %
Barres de céréales NS	*146,7*	*146,4*	*147,7*	*149,7*	*155,5*	1,47 %
Barres de céréales biologiques	*7,8*	*8,0*	*8,2*	*8,5*	*8,7*	2,77 %
Autres barres-collations biologiques	*1,6*	*1,6*	*1,7*	*1,8*	*1,9*	4,39 %

Source pour les deux : *Euromonitor International, 2016 TCAC=taux de croissance annuel composé E=estimation P=prévision*

Pendant la période de prévision, soit de 2016 à 2020, les barres énergétiques et nutritionnelles enrichies et fonctionnelles devraient poursuivre leur lancée avec un TCAC de 10,33 % jusqu'en 2020. D'autre part, les barres aux fruits naturellement saines continueront d'augmenter, mais à un rythme plus lent, avec un TCAC de 1,68 %. Les barres de céréales, les barres aux fruits et les autres barres-collations biologiques poursuivront leur croissance, mais puisque leur niveau de base était bas et que leur taux de croissance devrait être faible, ces marchés continueront de représenter une petite part du secteur global.

Valeur historique de la part des marques de barres-collations de santé et de mieux-être

Marque	Nom de l'entreprise (dénomination sociale)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nature Valley	General Mills Inc	10,5 %	12,3 %	14,6 %	15,6 %	15,9 %	16,1 %
Special K de Kellogg's	Kellogg Co	22,3 %	16,2 %	16,6 %	13,8 %	11,9 %	10,9 %
Bear	Urban Fresh Foods Ltd	1,6 %	2,4 %	3,8 %	5,7 %	8,6 %	10,6 %
Marques maison	Marques maison	4,0 %	3,8 %	3,5 %	2,9 %	2,4 %	2,1 %
Autres	Autres	61,5 %	65,0 %	61,7 %	62,1 %	61,2 %	60,4 %

Source : *Euromonitor International, 2016*

La marque Nature Valley de General Mills est devenue la plus importante marque de barres-collations du Royaume-Uni, principalement parce que la marque Special K de Kellogg's a perdu plus de la moitié de ses parts du marché. L'importance des marques maison a diminué et elles ne représentent plus que 2,1 % du marché des barres-collations de santé et de mieux-être.

Biscuits de santé et de mieux-être

La croissance des biscuits de SME a devancé celle des barres-collations de SME pendant la période à l'étude. Elle a été influencée par la croissance dans tous les sous-secteurs, mais en particulier dans le sous-secteur des biscuits enrichis et fonctionnels, dont la taille a presque quadruplé de 2010 à 2015. La croissance des biscuits sans gluten était aussi élevée, avec un TCAC de 12,91 %.

Valeur historique des ventes au détail de biscuits de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%)* 2010-2015
Biscuits de SME	**429,3**	**464,0**	**520,8**	**584,3**	**621,8**	**651,5**	**8,70 %**
Biscuits EF	45,3	55,3	89,2	130,5	146,4	160,5	28,79 %
Biscuits sans gluten	26,1	30,0	35,1	40,1	45,9	47,9	12,91 %
Biscuits à haute teneur en fibres NS	62,6	67,6	71,4	75,7	80,2	86,2	6,61 %
Biscuits biologiques	26,9	27,1	26,9	27,3	27,7	28,1	0,88 %
Biscuits à teneur réduite en gras	262,1	277,3	291,2	303,5	313,9	320,8	4,12 %
Biscuits à teneur réduite en sucre	6,5	6,7	7,0	7,4	7,7	8,0	4,24 %

Valeur prévue des ventes au détail de biscuits de santé et de mieux-être, en M$ US

Catégorie	2016^{E}	2017^{P}	2018^{P}	2019^{P}	2020^{P}	TCAC (%)* 2016-2020
Biscuits de SME	***686,1***	***716,6***	***744,6***	***766,7***	***781,7***	**3,31 %**
Biscuits EF	*173,7*	*184,3*	*192,5*	*196,1*	*197,8*	3,30 %
Biscuits sans gluten	*53,0*	*57,1*	*60,9*	*64,4*	*66,7*	5,92 %
Biscuits à haute teneur en fibres NS	*94,7*	*102,7*	*110,6*	*117,5*	*124,2*	7,01 %
Biscuits biologiques	*28,6*	*29,3*	*30,1*	*31,1*	*32,1*	2,93 %
Biscuits à teneur réduite en gras	*327,6*	*334,3*	*341,1*	*347,7*	*350,3*	1,69 %
Biscuits à teneur réduite en sucre	*173,7*	*184,3*	*192,5*	*196,1*	*197,8*	3,30 %

Source pour les deux : *Euromonitor International, 2016 TCAC=taux de croissance annuel composé E=estimation P=prévision*

On prévoit que pendant la période de prévision, la croissance devrait se poursuivre, mais à un rythme plus lent. Le sous-secteur des biscuits enrichis et fonctionnels augmentera au même rythme que l'ensemble du secteur et celui des biscuits biologiques augmentera plus rapidement que pendant la période de 2010 à 2015.

Valeur historique de la part des marques de biscuits de santé et de mieux-être

Marque	Nom de l'entreprise (dénomination sociale)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Belvita	Mondelez International Inc*	*2,3 %*	*10,0 %*	14,3 %	16,9 %	17,9 %	18,1 %
McVitie's	Yildiz Holding AS*	*11,1 %*	*11,4 %*	*10,7 %*	*12,1 %*	12,7 %	12,9 %
Weetabix	Bright Food (Group) Co Ltd*	-	-	-	2,0 %	2,0 %	2,2 %
Marques maison	Marques maison	20,7 %	21,9 %	21,7 %	21,4 %	22,0 %	22,8 %
Autres	Autres	66,0 %	56,7 %	53,2 %	47,5 %	45,4 %	44,2 %

Source : *Euromonitor International, 2016 *Mondelez International est une entreprise dérivée de Kraft Foods en 2012. La marque McVitie's a été produite par United Biscuits Holdings Plc jusqu'en 2014. La marque Weetabix LTD a été acquise par Bright Food en 2012. Les parts du marché avant les changements apportés par les entreprises sont en italique.*

Le sous-secteur des biscuits de santé et de mieux-être a connu un certain nombre de fusions, d'acquisitions et de scissions au fil des années. Durant cette période, la part du marché des barres-collations de marque Belvita a augmenté pour passer de 2,3 % sous Kraft à 18,1 % sous Mondelez. La part du marché de McVitie a légèrement augmenté et il s'agit maintenant de la deuxième marque en importance au Royaume-Uni. Aucune autre marque ne s'en rapproche en ce qui concerne la part du marché et le reste du marché est donc divisé entre plusieurs petits acteurs. Les marques maison possèdent plus du cinquième du marché et leur part du marché augmente depuis 2010.

Grignotines sucrées et salées de santé et de mieux-être

En analysant la situation des grignotines sucrées et salées (SS), il est important de distinguer les fruits et les noix des autres collations. Presque tous les fruits et les noix peuvent être considérés comme naturellement sains et la plupart des autres sont biologiques (Euromonitor International, 2014). C'est pourquoi les tableaux qui suivent montrent la croissance et les prévisions pour les noix, les collations aux fruits et les autres collations.

Les noix naturellement saines représentaient 98,1 % du secteur des noix de SME en 2015 et les collations aux fruits naturellement saines représentaient 98,2 % de leur secteur la même année. Les pourcentages des noix et des collations aux fruits biologiques devraient tous deux augmenter pendant la période de prévision et dans le cas des noix biologiques, la croissance du sous-secteur devrait être plus rapide que pour l'ensemble du secteur des aliments de santé et de mieux-être.

Valeur historique des ventes au détail de grignotines sucrées et salées de SME, en M$ US

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%)* 2010-2015
Noix SME	**533,3**	**561,6**	**591,6**	**624,6**	**667,3**	**696,5**	**5,48 %**
Noix NS	521,6	549,8	579,6	612,2	654,5	683,1	5,54 %
Noix biologiques	11,7	11,8	12,0	12,4	12,9	13,4	2,75 %
Collations aux fruits SME	**316,1**	**327,2**	**339,7**	**359,1**	**377,3**	**389,5**	**4,26 %**
Collations aux fruits NS	309,3	320,8	333,3	352,5	370,4	382,4	4,33 %
Collations aux fruits biologiques	6,7	6,4	6,4	6,6	6,9	7,1	1,17 %
Grignotines SS SME par type, excl. les noix et les collations aux fruits	**253,2**	**250,3**	**299,0**	**343,7**	**292,6**	**294,1**	**3,04 %**
Grignotines SS à teneur réduite en gras	249,0	244,7	293,7	338,6	287,8	289,4	3,05 %
Grignotines SS à teneur réduite en sel	4,2	5,6	5,3	5,0	4,9	4,6	1,84 %

Source : *Euromonitor International, 2016 TCAC=taux de croissance annuel composé*

Valeur prévue des ventes au détail de grignotines sucrées et salées de SME, en M$ US

Catégorie	2016[E]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2020[P]	TCAC (%)* 2016-2020
Noix SME	***734,6***	***767,2***	***797,6***	***823,7***	***847,9***	**3,65 %**
Noix NS	*720,2*	*751,9*	*781,5*	*806,9*	*830,5*	3,63 %
Noix biologiques	*14,4*	*15,3*	*16,1*	*16,8*	*17,3*	4,69 %
Collations aux fruits SME	***405,9***	***423,2***	***441,1***	***459,4***	***477,5***	**4,15 %**
Collations aux fruits NS	*398,6*	*415,5*	*433,2*	*451,3*	*469,1*	4,16 %
Collations aux fruits biologiques	*7,4*	*7,7*	*7,9*	*8,1*	*8,3*	2,91 %
Grignotines SS SME par type, excl. les noix et les collations aux fruits	***302,3***	***312,3***	***323,7***	***336,6***	***352,7***	**3,93 %**
Grignotines SS à teneur réduite en gras	*297,8*	*307,9*	*319,4*	*332,3*	*348,6*	4,02 %
Grignotines SS à teneur réduite en sel	*4,5*	*4,4*	*4,3*	*4,3*	*4,1*	-2,30 %

Source : *Euromonitor International, 2016 TCAC=taux de croissance annuel composé E=estimation P=prévision*

Les grignotines sucrées et salées, excluant les collations aux fruits et les noix, ont principalement une teneur réduite en gras. En 2015, 98,4 % des autres grignotines sucrées et salées appartenaient à cette catégorie. Les autres avaient une teneur réduite en sel. Ce sous-secteur diminue depuis 2012 et cette tendance devrait se poursuivre jusqu'en 2020.

Valeur historique de la part des marques de grignotines sucrées et salées de SME

Marque	Nom de l'entreprise (dénomination sociale)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lay's	PepsiCo Inc	9,2 %	8,6 %	11,2 %	11,8 %	11,1 %	10,5 %
Whitworths	Whitworth Bros Ltd	10,3 %	10,3 %	10,2 %	10,1 %	10,0 %	9,7 %
KP	Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co KG*	*6,6 %*	*6,4 %*	*6,4 %*	6,5 %	6,7 %	6,7 %
Marques maison	Marques maison	45,2 %	48,3 %	47,4 %	46,2 %	49,7 %	50,5 %
Autres	Autres	28,6 %	26,4 %	24,9 %	25,6 %	22,5 %	22,6 %

Source : *Euromonitor International, 2016*

**La marque KP a été produite par United Biscuits Holdings Plc jusqu'en 2013. Les parts du marché avant les changements apportés par les entreprises sont en italique.*

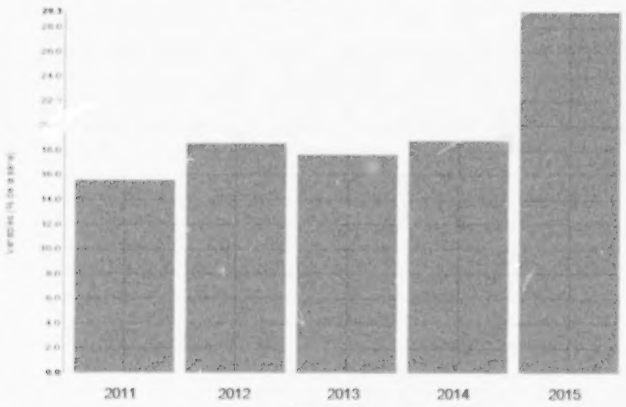
Les marques maison représentaient plus de la moitié de la catégorie des grignotines sucrées et salées de santé et de mieux-être en 2015. Autrement, le marché est fortement segmenté, la principale marque étant la marque de croustilles Lay's de PepsiCo Inc's.

ANALYSE DES NOUVEAUX PRODUITS

L'analyse des nouveaux produits a été réalisée en cherchant dans la base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel des collations commercialisées entre 2011 et 2015 faisant l'objet d'allégations équivalant à « aliment fonctionnel, sans gluten, à teneur faible, nulle ou réduite en lactose, à teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, aliment naturel, enrichi ou à teneur réduite ».

De 2011 à 2015, Mintel a trouvé un total de 2 731 lancements de nouveaux produits répondant à nos critères de recherche, dont 29,3 % (800) ont été lancés en 2015. Jusqu'à maintenant, après 9 mois en 2016, Mintel a ciblé 576 nouveaux produits répondant à nos critères. Par conséquent, il est probable qu'autant de nouveaux produits seront lancés en 2016 qu'en 2015. Certains de ces nouveaux produits sont décrits dans la prochaine section.

Lancements de nouveaux produits par année, en pourcentage du total (2011-2015)



***Source :** Mintel, 2016*

L'allégation observée le plus souvent était « végétarien ». Parmi les critères de recherche, le terme le plus fréquent était « sans additifs ni agents de conservation », qui a été observé sur 1 660 produits.

Lancements de nouveaux produits, 2011-2015

Caractéristique	Nombre de lancements
15 principales allégations	
Nombre total de nouvelles collations de santé et de mieux-être	2 731
Végétarien	1 708
Sans additifs ni agents de conservation	1 660
Teneur faible, nulle ou réduite en allergènes	797
Sans gluten	709
Médias sociaux	463
Emballage éthique ou écologique	418
Riche en fibres ou fibres ajoutées	411
Végétalien	404
Sans ingrédient animal	402
Teneur faible/nulle/réduite en gras trans	378
Teneur faible/nulle/réduite en gras	338
Teneur faible/nulle/réduite en sucre	306
Produit entièrement naturel	276
Produit amaigrissant	259
Casher	250
Autre	102

***Source :** Mintel, 2016*

Lancements de nouveaux produits, 2011-2015

Caractéristique	Nombre de lancements
Entreposage	
Produit de longue conservation	2 470
Produit réfrigéré	189
Produit congelé	72
Cinq principaux types de lancements	
Nouveau produit	1 040
Nouvelle variété/élargissement de la gamme	921
Nouvel emballage	553
Nouveau lancement	137
Nouvelle formulation	80
Fourchettes de prix ($ US)*	
0-1,99 $	868
2 $-3,99 $	1,071
4 $-5,99 $	162
6 $-7,99 $	53
8 $ et plus	26

Source : *Mintel, 2016*
**Bilan dressé à partir de données disponibles*

La plupart des nouvelles collations de santé et de mieux-être du Royaume-Uni coûtaient entre 0 et 4 $ US. Les produits de longue conservation dominaient la catégorie des collations, ce qui n'est pas surprenant puisque leur objectif est d'être faciles à entreposer, à transporter et à consommer. Les nouvelles variétés/les élargissements de la gamme constituent la majeure partie des nouveaux lancements, ce qui indique un haut degré d'innovation.

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS, 2016

Barre énergétique aux pommes et au cassis

Entreprise : Science in Sport
Marque : SIS Go
Sous-catégorie : Barres-collations/ céréalières/énergétiques
Pays : R.-U.
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en dollars américains : 1,46 $
Allégations : Autre (aliment fonctionnel), végétarien, rapide à préparer
Description du produit : Les barres énergétiques aux pommes et au cassis de SIS Go découlent de la combinaison d'une approche scientifique avec de vrais fruits et des ingrédients sains. Éprouvée par des milliers d'athlètes dans le cadre des courses les plus difficiles du monde, elle répond à leurs besoins énergétiques et est décrite comme étant moelleuse, délicieuse et facile à digérer. Il semble que cette barre énergétique serait parfaite avant ou pendant un exercice et comme collation énergisante entre les repas. Ce produit fournit rapidement l'énergie nécessaire aux entraînements prolongés et plus intenses, convient aux végétariens et est vendu au détail dans un emballage de 40 g.

Source : *Mintel, 2016*

Lentil Lites au jalapeño et à la lime

Entreprise : Fairfields Farm
Marque : Fairfields Farm
Sous-catégorie : Collations à base de haricots
Pays : R.-U.
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en dollars américains : 1,12 $
Description du produit : Le produit Lentil Lites jalapeño & lime de Fairfields Farm contient des arômes naturels et est sans gluten, arôme artificiel, colorant, agents de conservation ou OGM. Le produit convient aux végétariens et aux personnes atteintes de la maladie cœliaque, contient moins de 99 kcal par portion et est fabriqué en utilisant de l'énergie provenant de sources renouvelables. Il est vendu au détail dans un emballage de 20 g portant les logos de Facebook et Twitter. Ce produit a été présenté dans le cadre du Speciality & Fine Food Fair 2016 à Olympia (Londres).
Allégations : Sans additifs ni agents de conservation, teneur faible/nulle/réduite en calories, biologique, végétarien, sans gluten, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, emballage éthique ou écologique, sans OGM, produit amaigrissant, médias sociaux.

Barre-collation aux fruits, noix et chocolat noir

Entreprise : Biofoodlab
Marque : Take a Bite
Sous-catégorie : Barres-collations, céréalières et énergétiques
Pays : R.-U.
Source du produit : Foire commerciale
Type de lancement : Nouveau produit
Description du produit : La barre-collation aux fruits, noix et chocolat noir Take a Bite est maintenant offerte. Ce produit entièrement naturel a une teneur élevée en fibres, est une bonne source d'antioxydants, de thiamine et de magnésium et il contient des dattes, des graines de tournesol, des graines de lin, des amandes, des noisettes, de la poudre de cacao, du chocolat noir, du clou de girofle, de la cannelle et de la noix de muscade. Il convient aux végétariens et aux végétaliens, ne contient pas de sucre ajouté, de sel, d'agents de conservation, de colorant artificiel, d'aromatisant, d'OGM, de gluten, de produits laitiers et de soya et il contient des vitamines A et B1. Ce produit est vendu au détail dans un emballage de 45 g portant le logo de Facebook. Ce produit a été présenté dans le cadre du Speciality & Fine Food Fair 2016 à Olympia (Londres).
Allégations : Sans additifs ni agents de conservation, produit entièrement naturel, riche en fibres ou fibres ajoutées, teneur faible/nulle/réduite en sucre, teneur faible/nulle/réduite en sodium, végétarien, sans gluten, antioxydant, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, végétalien, sans ingrédient animal, sans OGM, médias sociaux.
Source pour les deux : *Mintel, 2016*

Sweet & Smokin' Organic Chickpea Puffs

Entreprise : Hippeas
Marque : Hippeas
Sous-catégorie : Collations à base de haricots
Pays : R.-U.
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en dollars américains : 1,47 $
Description du produit : Le produit Sweet & Smokin' Organic Chickpea Puffs d'Hippeas est maintenant offert. Ce produit végétalien ne contient pas de gluten, de produits laitiers, de maïs, d'OGM, de gras trans ou d'agents de conservation. Il a une teneur élevée en fibres, est une source de protéines et contient 91 calories par portion. Le produit est offert dans un emballage de 110 g portant le logo biologique « feuille verte » de l'UE. Le fabricant affirme faire un don pour chaque sac vendu.
Allégations : Sans additifs ni agents de conservation, riche en fibres ou fibres ajoutées, biologique, sans gluten, teneur faible/nulle/réduite en gras trans, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, emballage éthique ou écologique, éthique – bienfaisance, végétalien, sans ingrédient animal.

Barre hyperprotéinée au sirop d'érable, aux pacanes et aux arachides

Entreprise : Eat Natural
Marque : Eat Natural
Sous-catégorie : Barres-collations, céréalières et énergétiques
Pays : R.-U.
Type de lancement : Nouvelle variété/ élargissement de la gamme
Prix en dollars américains : 2,98 $
Description du produit : Les barres hyperprotéinées au sirop d'érable, aux pacanes et aux arachides d'Eat Natural sont offertes et elles comprennent des noix, des graines mélangées, du riz croustillant et du sirop d'érable. Ce produit exempt de gluten, de blé et de produits laitiers est caractérisé par une teneur en protéines 40 % supérieure à celle des barres Brazil & Sultana, a une faible teneur en sel et ne contient aucun arôme artificiel, colorant ou agents de conservation. Elle convient aux végétariens et est offerte dans un emballage recyclable comprenant 3 barres de 45 g et portant les logos de Facebook et Twitter.
Allégations : Sans additifs ni agents de conservation, teneur faible/nulle/réduite en sodium, végétarien, sans gluten, teneur faible/nulle/réduite en allergènes, emballage éthique et écologique, teneur élevée en protéines, médias sociaux.

Aussi offertes : barres riches en fibres aux pommes, au gingembre et au chocolat noir, barres aux morceaux de chocolat, aux arachides et aux graines.

Source pour les deux : *Mintel, 2016*

CONCLUSION

Les collations, biscuits et barres-collations de santé et de mieux-être aident les Britanniques à satisfaire leurs envies tout en réduisant leur consommation de gras, de sel et d'additifs artificiels ou à se nourrir et à consommer des nutriments sur le pouce. Les marchés britanniques pour chaque sous-secteur sont les plus importants de l'Union européenne. Le marché des collations de santé et de mieux-être au Royaume-Uni est caractérisé par un degré élevé d'innovation. Beaucoup de nouveaux produits britanniques contiennent des produits de spécialité du Canada, comme les légumineuses et le sirop d'érable.

Bien qu'une certaine incertitude politique et économique entoure le récent vote au Royaume-Uni, le Canada profite néanmoins d'un accès privilégié aux marchés britanniques. Le futur Accord économique et commercial global (AECG) est conçu pour réduire davantage les tarifs sur les produits pour tous les pays d'UE, y compris le R.-U. Le gouvernement du R.-U. maintient son engagement à l'égard de l'AECG.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux au Royaume-Uni**
- http://www.tradecommissioner.gc.ca/e-f/uk/index.htm

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delequescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché japonais et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- http://ats-sea.agr.gc.ca/

Pour de plus amples renseignements sur le Salon international de l'alimentation 2016, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

« United Kingdom still interested in Canada-EU free trade even in the age of Brexit, minister says ». *The Canadian Press* (le 5 septembre 2016), consulté le 30 septembre 2016 à l'adresse : http://news.nationalpost.com/news/canada/canadian-politics/united-kingdom-still-interested-in-canada-eu-free-trade-even-in-the-age-of-brexit-minister-says **(article en anglais seulement)**

Euromonitor International (2014). « Healthy Snacks: Still a Niche Category? ». Document d'information en anglais seulement.

Euromonitor International (2015). « Biscuits and Snack Bars in the United Kingdom ». Document d'information en anglais seulement.

Euromonitor International (2016). « Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in the United Kingdom ». Document d'information en anglais seulement.

Base de données mondiale sur les nouveaux produits de Mintel (2016).

Série santé et mieux-être

BISCUITS, COLLATIONS ET BARRES-COLLATIONS SANTÉ AU ROYAUME-UNI

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Alexandre Perrault, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.